

OPINI

Media, Makin Dicerca, Makin Dirindu



Kempalan News ✓

10 April 2021



Oleh:

Dr. Hendra Alfani

(Pengamat Media dan Akademisi FISIP Universitas Baturaja, Sumatera Selatan)

KEMPALAN: Jurnalisme ataupun jurnalistik, bagi yang menekuninya sebagai pilihan profesi (pernah ada di dalam *insider*), sesungguhnya tidaklah sesederhana seperti yang dibayangkan orang. “Ketidaksederhanaan” itu, akan semakin “meruwet” manakala orang luar (*outsider*), siapapun dia, memandangnya dengan menggunakan kaca mata kuda. Seperti kata orang Jawa; “*Wahh ... angel iki, pancen angel!*”

Ambiguitas itu akan semakin meramai, ketika yang menilai jurnalisme dan jurnalistik itu pernah menjadi *insider*, lalu sekarang dirinya menjadi *outsider*. Seseorang akan sulit menjadi dirinya sendiri dalam memberikan penilaian itu, manakala pada saat yang bersamaan dirinya harus melihat “seisi rumah” yang dulu pernah ditempatinya, kini dilihatnya dari luar. Atau bahkan dipandangnya dari kejauhan.

Ladang pengalaman (*field of experience*) yang pernah dirasakannya (dulu) dalam berbagai konteks dinamika, sebagai orang dalam (*insider*). Kini, “berseteru” dengan pemikiran-pemikiran kritis yang lebih banyak ditemukannya dari konteks *frame of references*. Namun, sesungguhnya menurut saya, antara ladang pengalaman dengan konteks referensi sebagai kerangka acuan berpikir, ada konektivitas (keterhubungan) dan mestinya bisa saling menguatkan untuk memberikan penilaian yang jernih.

Seperti memahami prinsip-prinsip ontologis (ilmu pengetahuan yang meneliti segala sesuatu yang ada), epistemologis (ilmu yang membahas tentang teori) dan aksiologis (kajian tentang nilai ilmu pengetahuan) dalam konteks filsafat ilmu pengetahuan. Atau seperti konsep *das sollen* (seharusnya) dan *das sein* (senyatanya) dalam penelitian

hukum. Artinya *das sollen* itu adalah peraturan hukum yang bersifat umum, sedangkan *das sein* adalah suatu peristiwa konkret.

Menilik prinsip filsafat ilmu dan konsep mana yang seharusnya, lalu mana yang senyatanya tersebut, (mungkin) dapat digunakan sebagai alat *keker* yang simetris, termasuk dalam menilai bagaimana jurnalisme-jurnalistik yang melembaga dalam suatu institusi media massa. Apapun *platform*-nya, konvensionalkah atau digitalkah. Atau bahkan menggabungkan (*konvergensi*) kedua platform itu dalam satu institusi media.

Lalu, apakah konglomerasi media yang bertuan kepada kapitalisme serta menciptakan *interesting and political relations*, dalam jangka panjang, akan menghancurkan jurnalisme? Diksi “menghancurkan” memang akan memancing polemik. Apalagi jika dilihat bahkan disimpulkan secara tergesa-gesa. Sebab, eksistensi aktivitas jurnalisme di media terkait dengan pembagian konten, pendapatan, dan data. Mungkin naif, ketika mengaitkan ketiga hal itu dengan sembilan plus kesepuluh elemen jurnalisme yang diungkapkan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001), dalam bukunya *The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (New York: Crown Publishers), jika melihat posisi media dan jurnalismenya secara diametral dengan kepentingan politik dan sebagainya dalam situasi terkini.

Jika melihat kondisi kepemilikan media massa di Indonesia pasca reformasi, mungkin akan membuat kita geleng-geleng kepala. Akan tetapi begitulah faktanya, bahkan pernah muncul simpulan menarik ketika SBY menjabat presiden lalu digantikan oleh Jokowi (sekarang). Simpulannya seperti ini: jika hubungan antara pemerintah dan media memburuk (masuk ke tren negatif), maka Tuan Presiden, cukup memanggil beberapa orang saja yang memiliki dan menguasai grup-grup media besar. Maka masalahnya akan *clear!*

Siapa saja beberapa orang itu? Surya Paloh, Harry Tanoe, Aburizal Bakrie, Jakob Oetama, Dahlan Iskan, dan Chairul Tanjung, atau mungkin beberapa lainnya. Di mana mereka-mereka ini, selain memiliki grup media besar di Indonesia, sekaligus juga (pernah) menjadi partisan, pendiri, bahkan ketua umum partai politik. Sekecilnya, pernah menjadi pejabat negara (anggota kabinet/menteri atau anggota parlemen) di era kekuasaan di mana mereka membangun afiliasi kepentingan politiknya.

Apakah fenomena gurita konglomerasi kepemilikan media yang juga segaris lurus dengan latar belakang dan afiliasi politik para pemilik dan penguasa media ini, akan menghancurkan bahkan meluluh-lantakkan prinsip jurnalisme yang agung? Disinilah diperlukan kejelian, data, dan verifikasi-kritis serta analisis yang komprehensif dan solutif. Agar tak emosional, atau bahkan *boombastis!* Sebab, pengalaman membuktikan: “semakin dicerca bahkan dibenci sekalipun, media dan aktivitas jurnalismenya (dengan segala kelebihan dan kekurangannya), semakin dicari bahkan dirindukan kehadirannya.”

Mengapa demikian? Sebab media itu ibarat pasar, tempat bertemu antara penjual dan pembeli. Relasi yang tak pernah putus, walau situasi berubah, harga-harga melonjak naik, tapi pasar tetap harus dikunjungi dan terjadilah transaksi. Demikian halnya dengan media dan jurnalismenya, kalau ada individu yang memandangnya dengan ketidaksukaan, suatu waktu ia tetap memerlukan space media untuk menyampaikan pandangannya itu, agar dapat diketahui, dinilai bahkan diperdebatkan. Seperti yang saya tuliskan sebelumnya, bahwa ada konteks “love-hate relation” (benci tapi rindu) antara media dan khalayaknya.

Oleh karena itu, sepertinya tak akan berkesudahan bahkan mungkin akan seperti jalan tak berujung, jikalau hendak “menabrakan” hubungan antara media dan aktivitas jurnalismenya, independensinya, idealismenya dan seterusnya dengan kepentingan bisnis dan politiknya atau apapun itu secara diametral. Apalagi jika “dibumbui” dengan gurita konglomerasi dan kapitalisasi institusi media dalam pengertian yang tak terbatas.

Sebab media dan aktivitas jurnalismenya, tidak pernah berjalan dalam kesunyian. Akan tetapi senantiasa berada dalam keramaian, bahkan hiruk-pikuk! Dari sudut manapun kita melihat, menilai dan menarik kesimpulan, aktivitas media dan jurnalismenya tetap akan ramai dan penuh dinamika. Media telah menjadi bagian urat nadi kita, tarikan napas dalam berbagai konteks kepentingan yang multikompleks.

Karenanya, untuk memberi penilaian kritis-idealisme, saya masih setuju dengan pemikiran Ishadi S.K. (2010), bahwa idealisme dan kapitalisme yang melingkupi aktivitas dan kebijakan institusi media bisa mencapai keseimbangan atau *stable equilibrium* melalui tiga langkah yaitu: adanya mekanisme kontrol di dalam media (kode etik), adanya mekanisme kontrol di luar media (*law and regulation*), dan adanya tekanan dari masyarakat (opini publik).

Tingkat profesionalitas pengelola media pada setiap bidang tugas dan tingkatan, juga sangat menentukan tercapai atau tidaknya *stable equilibrium* itu. Semakin profesional media itu dikelola, semakin tinggi kualitas media yang bersangkutan sehingga semakin dekat posisinya pada *stable equilibrium*. Tarik-menarik antara kepentingan *idealism/responsibility* dengan kepentingan bisnis/*rights* untuk berusaha pasti terus ada. Titik simpulnya, tarik-menarik itu akan menemukan keseimbangan jika ada pengendalian regulasi yang ketat, penerapan *code of ethic* yang dipatuhi dan *public opinion* yang terjaga dan di internal media, prinsip-prinsip profesionalisme dijalankan.

Apa artinya? Kritikilah media dan aktivitas jurnalismenya sampai pada batas yang dianggap maksimal, sebagai bagian dari kontrol publik. Tapi jangan dicerca, apalagi sampai menghadirkan kebencian subjektif. Verifikasilah kritik itu dengan data, dengan memahami sejarah kemunculannya, di lingkungan seperti apa media tumbuh dan berkembang, dan apa tantangan-tantangan yang dihadapinya kemudian serta bagaimana permintaan publik terhadap media dalam menjalankan perannya selaku penyedia ruang publik informasi, termasuk dalam menjalankan fungsi-fungsinya yang lain.

Pun sebaliknya, media dan aktivitas jurnalismenya, jangan pula selalu ingin dicinta dan dirindu oleh publik dalam bingkai penilaian puja-puji normatif. Tapi ketika muncul ketidaksukaan atau bahkan kebencian, saya kira itulah ruang *public opinion* yang menjaga media dari kekotoran, pencemaran dan upaya-upaya untuk menghancurkannya.

Kadang dalam suatu hubungan tidak hanya diperlukan kasih sayang, cinta atau kerinduan saja. Barangkali para pembeci (*haters*), rasa tidak suka, bahkan rasa benci, boleh jadi bisa menjadi obat penawar, pengingat, sekaligus penguat untuk meningkatkan kualitas suatu hubungan. Sebab, kata para pujangga, batas antara benci dengan cinta dan rindu, kadang setipis kulit bawang. Semakin media dicerca, maka akan semakin dirindukan. Jadi benci dan rindu antara media dengan khalayaknya, bahkan pengkritiknya, akan selalu ada dan abadi. Tabik (*)

Editor : Freddy Mutiara